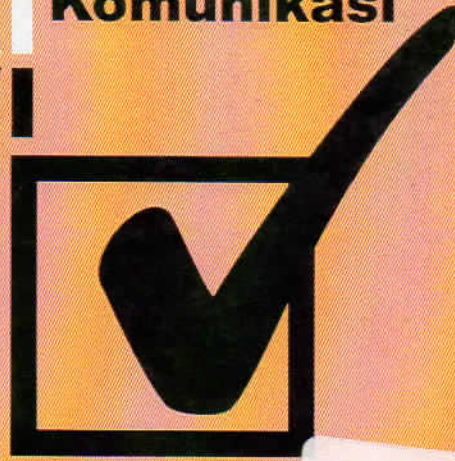


# Jurnal Komunikasi Empathy

PERANAN PERWAJAHAN DALAM SURAT KABAR

<http://digilib.unpas.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jbptunpaspp-gdl-drayuyunyu-1017&q=peranan%20perwajahan#.Uv19Z858GSo>

## Jurnal Komunikasi



Peranan Strategi Media Massa Dalam  
Pemberitaan Bencana Alam  
**Deden Ramdan**

Kekuasaan, Integrasi, dan Perubahan:  
Perspektif Peran Media Massa  
**Riany Laila Nurwulan**

Filsafat Komunikasi Etika, Moral Dan Akhlak  
**Ahmad Solihin**

Peranan Perwajahan Dalam Surat Kabar  
**Yuyun Yuningsih**

Marketing Dalam Perspektif Komunikasi Personal  
**M. Nazaruddin**

Peran Komunikasi Politik Dalam Kampanye  
Pemilihan Presiden/Kepala Daerah  
**Kunkunrat**

Komunikasi Politik Dalam Kajian Ilmu Politik  
**Hj. Elly Komala**

Efektivitas Komunikasi Politik Dalam Kehidupan  
Politik Indonesia  
**Ade Priangani**

Bentuk Underwriting Syndicates Dalam Komunitas Bisnis  
Berbasis Komunikasi  
**Anang Usman & Ida Hindarsyah**

Komitmen Pemerintahan SBY-Kalla dan Kesejahteraan  
Masyarakat  
**Anton Minardi**

Komunikasi Transendental Versus Islam  
**Sutrisno**



# Empathy

## Jurnal Komunikasi

Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNPAS



Pembina:

Dekan FISIP UNPAS

Prof. DR. Hj. Ummu Salamah, Dra., MS

Penanggungjawab/Pimpinan Umum:

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Deden Ramadan, Drs., M.Si

Pimpinan Perusahaan:

Rasman Sonjaya, Drs., M.Si

Pimpinan Redaksi:

Achmad Solihin, Drs., M.Si

Dewan Redaksi:

Hj. Elly Komala, Dra., M.Si

Taufik Hidayatullah, Drs., MM

Yanti Susila Y., S.Ag., M.Si

Sekretaris:

Drs. Sutrisno, M.Si

Design:

Jumbo

Sirkulasi &amp; Tata Usaha:

Atang Sunarya

Alamat Redaksi:

Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNPAS

Jln. Lengkong Besar No.68 Bandung.

Telp/Fax (022) 4205945

Jurnal Empathy diterbitkan oleh Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Unpas, dimaksudkan sbg wacana intelektualitas & pengembangan ilmu, khususnya ilmu komunikasi. Redaksi mengundang para akademisi & praktisi untuk menulis. Naskah dapat berupa hasil penelitian atau artikel ilmiah. Di tik 2 spasi ukuran A4, minimal 12 halaman. Redaksi dapat mengedit tulisan dengan tidak mengubah substansinya.

Edisi 7 Vol: 3 September 2009

### Daftar isi

|                                                                                |     |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Peranan Strategi Media Massa Dalam Pemberitaan Bencana Alam.....               | 587 |
| <b>Deden Ramadan</b>                                                           |     |
| Kekuasaan, Integrasi, dan Perubahan: Perspektif Peran Media Massa.....         | 594 |
| <b>Riany Laila Nurwulan</b>                                                    |     |
| Filsafat Komunikasi Etika, Moral Dan Akhlak.....                               | 598 |
| <b>Achmad Solihin</b>                                                          |     |
| Peranan Perwajahan Dalam Surat Kabar.....                                      | 607 |
| <b>Yuyun Yuningsih</b>                                                         |     |
| Marketing Dalam Perspektif Komunikasi Personal                                 | 611 |
| <b>M. Nazaruddin</b>                                                           |     |
| Peran Komunikasi Politik Dalam Kampanye Pemilihan Presiden/Kepala Daerah.....  | 620 |
| <b>Kunkunrat</b>                                                               |     |
| Komunikasi Politik Dalam Kajian Ilmu Politik.....                              | 632 |
| <b>Hj. Elly Komala</b>                                                         |     |
| Efektivitas Komunikasi Politik Dalam Kehidupan Politik Indonesia.....          | 642 |
| <b>Ade Priangani</b>                                                           |     |
| Bentuk Underwriting Syndicates Dalam Komunitas Bisnis Berbasis Komunikasi..... | 653 |
| <b>Anang Usman &amp; Ida Hindarsyah</b>                                        |     |
| Komitmen Pemerintahan SBY-Kalla dan Kesejahteraan Masyarakat.....              | 660 |
| <b>Anton Minardi</b>                                                           |     |
| Komunikasi Transendental Versus Islam.....                                     | 672 |
| <b>Sutrisno</b>                                                                |     |



## PERANAN PERWAJAHAN DALAM SURAT KABAR

Oleh Yuyun Yuningsih

### Abstrak

Perwajahan halaman muka harus dapat merupakan faktor yang menentukan dalam memikat dan menarik pembaca. Berita yang penting selalu ditempatkan pada halaman muka, dengan mempertimbangkan pula pemakaian unsur tipografi. Sekalipun oleh redaksi sesuatu berita dinilai bagus, namun kalau tata letak tidak menarik dan tidak dapat mengundang perhatian pembaca, maka dapat dikatakan gagallah tata letak tersebut.

**Kata kunci:** Perwajahan dan Tipografi.

### Yuyun Yuningsih

Adalah Pengajar Pada Jurusan  
Kesejahteraan Sosial Unpas

### A. Pendahuluan.

Surat kabar adalah salah satu media komunikasi tercetak yang mempunyai ruang lingkup yang luas dan sangat berpengaruh terhadap masyarakat pembacanya. Pembacanya meliputi berbagai golongan dan lapisan masyarakat serta mencapai jumlah yang sangat besar pula.

Persoalan yang dihadapi oleh setiap media cetak khususnya surat kabar adalah bagaimana menata lambang-lambang komunikasi

tersebut secara baik, agar dapat menarik dan memikat perhatian pembaca.

Salah satu faktor yang harus diperhatikan agar surat kabar dapat dinilai bagus dan memikat adalah "perwajahan" yang lebih dikenal dengan istilah *lay-out* atau tata letak.

Tata letak atau perwajahan merupakan bagian dari jurnalistik. Tujuan utama dari perwajahan adalah harus mampu mengundang dan memikat perhatian pembaca agar mau memperhatikan, kemudian membaca berita utama atau berita yang ditonjolkan pada halaman surat kabar. Untuk itu harus diperhatikan pemilihan huruf, komposisi gambar dengan teks berita, komposisi besar kecilnya penempatan berita, penggunaan garis-garis dan variasi lainnya, seperti apakah suatu berita perlu di "Box" "Diset" lebih dari satu kolom



atau tidak. Tidak kalah pentingnya adalah menempatkan iklan.

### B. Peranan Perwajahan.

Dengan perwajahan yang baik dan menarik, berita dan informasi yang dimuat, dalam surat kabar akan lebih mudah untuk diikuti dan dibaca. Perwajahan yang baik dan menarik akan menimbulkan gairah bagi pembaca. Lewat perwajahan, pembaca akan segera mengenali ciri khas atau karakteristik setiap surat kabar. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa peranan perwajahan atau tata letak itu adalah sebagai berikut:

1. Untuk memperlihatkan ciri khas surat kabar yang bersangkutan, sehingga bagi pembaca dapat mengenalnya tanpa harus membaca namanya.
2. Untuk memudahkan pembaca memenuhi keinginannya guna memilih berita mana yang penting dan menarik baginya.
3. Untuk menciptakan halaman surat kabar yang cantik, memikat dan menarik sehingga dapat menimbulkan gairah membaca.

### C. Jenis Tata Letak (Lay Out)

Sebelum membahas jenis-jenis tata letak sebaiknya harus diketahui dahulu isi surat kabar. Secara garis besar isi surat kabar terdiri dari:

1. Iklan,
2. non iklan, yang meliputi :
  - berita
  - artikel
  - photo atau gambar
  - feature, dll.

Tata letak iklan sangat berpengaruh bagi surat kabar yang iklannya banyak dan tidak dibatasi jumlahnya. Di negara-negara maju yang halaman surat kabarnya tidak dibatasi, maka bagian iklanlah yang pertama-tama membuat tata letak untuk memnuhi kebutuhan berupa besar kolom atau ruangan (*space*) yang dibutuhkan untuk membuat iklan. Sesudah itu barulah disampaikan kepada redaksi untuk membuat tata letak berita dan lain-lain dari sisa ruangan (*space*) yang tidak digunakan oleh iklan. Selanjutnya giliran redaksi untuk membuat tata letak untuk berita, artikel, photo/gambar, feature, dll.

Sehubungan dengan itu penata letak (*lay out man*) adalah orang yang memegang peranan penting dalam surat kabar. Oleh karena itu penata letak seyogyanya dipegang oleh wartawan senior yang sudah mengerti dan berpengalaman dalam menyeleksi dan menyunting berita.

Perwajahan tata letak sangat tergantung dari bentuk surat kabar yang bersangkutan. Pada umumnya bentuk surat kabar yang kini dikenal adalah:

1. Tabloid, seperti mingguan "Bola", Tribun Jabar, dll
2. Broadsheet (lembar lebar) seperti surat kabar Kompas,



Media Indonesia, Pikiran Rakyat, dll

Pada dasarnya tata letak kedua bentuk surat kabar itu sama, dan dimaksud dengan surat kabar disini adalah surat kabar dalam bentuk lebar atau *broadsheet*.

Di dunia persurat kabaran, kita mengenal delapan jenis tata letak dasar, yaitu:

1. tata letak simetris, adalah pola tata letak pembagian ruangan dalam surat kabar yang terasa sama dan seimbang. Tata letak ini disebut juga "*formal balance*", artinya seimbang jika dilihat dari halaman sebelah atas atau bawah dan dari kiri atau kanan.
2. tata letak tidak simetris atau "*informal balance*", ialah perwajahan dengan pembagian ruangan yang tidak sama besar, namun faktor keseimbangan tetap diperhatikan. Bentuk tata letak ini memberikan kesan perwajahan yang lebih dinamis.
3. Tata letak "*Quadrant*" adalah merupakan perwajahan dengan sistem rias segi empat atau dengan cara membagi halaman surat kabar menjadi empat bagian titik perhatian. Dalam tata letak model ini penempatan berita, photo atau gambar, garis, dll. Disusun dari sudut ke sudut.
4. Tata letak "*Brace*" adalah pola penyusunan perwajahan dengan rias pengikat. Pola perwajahan ini hanya terfokus pada berita yang dianggap penting. Judul atau "*Headline*" Berita yang disorot dibuat dengan ukuran yang amat menyolok perhatian. Penyusunan tata letak ini sering kali menggunakan "*Banner headline*" (Judul sepanjang permukaan halaman surat kabar), kadang-kadang dengan "*Banner box*".
5. Tata letak "*Sirkus*" adalah perwajahan yang menyajikan berbagai jenis berita pada satu halaman. Berita mana yang dianggap penting diserahkan kepada pilihan para pembaca. Bentuk tata letak ini memberikan kesan "ramai dan berteriak", karena semua unsur perwajahan saling berebut perhatian dan saling menonjol. Salah satu contoh dari bentuk ini adalah perwajahan yang dipakai oleh surat kabar Pos Kota.
6. Tata letak "*Horizontal*" adalah perwajahan dengan susunan mendatar. Berita ataupun artikel disusun sedemikian rupa dan sampai pada ukuran tertentu dipindahkan ke kolom berikutnya sehingga terbentuk susunan mendatar atau horizontal. Biasanya tata letak ini tidak mengenal sambungan ke halaman lainnya, artinya tulisan dihabiskan pada halaman yang bersangkutan.
- Tata letak ini tidak mengenal penempatan berita yang berat sebelah, kiri ataupun kanan
- Untuk memenuhi hasrat pembaca yang menghendaki berita yang ringkas, padat dan selesai pada halaman yang bersangkutan.
7. Tata letak "*vertikal*" adalah pola perwajahan dengan susunan tegak lurus mengikuti kolom-



kolom surat kabar. Susunan judul ataupun berita tidak melebihi kolom-kolom sehingga membentuk susunan tegak lurus atau vertikal. Tata letak vertikal ini sangat sederhana dan merupakan model tertua. Bentuk perwajahan ini memberikan kesan tegas.

8. Tata letak "*funksional*" adalah perwajahan yang tidak mempunyai pola tertentu pada setiap harinya. Penempatan judul, penyusunan gambar serta penempatan unsur disain lainnya selalu berubah setiap hari. Perubahan tersebut tergantung pada jenis berita yang dapat dijadikan berita utama yang merupakan pusat perhatian pada halaman tersebut.

Pada umumnya setiap surat kabar akan memilih salah satu pola tata letak tersebut di atas. Dengan demikian surat kabar tersebut akan membentuk karakteristik atau ciri khas yang dengan mudah dikenali oleh pembacanya.

#### **D. Penutup**

Tujuan utama dari tata letak surat kabar adalah untuk mengundang perhatian dan minat pembaca guna melihat berita atau foto apa yang menonjol pada halaman surat kabar tersebut. Meskipun redaksi menilai berita itu bagus, besar dan aktual, namun kalau tata letak tidak menarik dan tidak dapat mengundang perhatian pembaca, maka dapat dikatakan gagallah tata letak atau perwajahan tersebut.

Tata letak dimaksudkan untuk membantu pembaca memilihkan berita yang penting, dan berita yang penting selalu ditempatkan pada halaman muka, dengan mempertimbangkan pula pemakaian unsur tipografi. Perwajahan halaman muka harus menjadi faktor penentu dalam menarik dan memikat perhatian pembaca.

